

## **Kulmbacher Brauerei setzt auf starke regionale Biermarken**

**Heimatverbunden und weltoffen hat sich die fränkische Brauerei eine führende Marktposition in Nordbayern erobert**

5

**Kulmbach, 2006: Mit einem Portfolio regional starker Marken liegt die Kulmbacher Brauerei AG auf Erfolgskurs. Ziel des Unternehmens ist es, das Profil der Marken weiter zu stärken und ihre führende Position weiter auszubauen.**

10

Enstanden aus dem Zusammenschluss der Brauereien Reichelbräu, EKU, Mönchshof und Sandler, kann die Kulmbacher Brauerei auf eine insgesamt 150-jährige Tradition zurückblicken. Heute ist die Kulmbacher Brauerei AG eine der führenden Pilsbrauereien Süddeutschlands. Dabei bekennt sich das Unternehmen zu ihren fränkischen Wurzeln, ist aber zugleich auf dem überregionalen Markt sehr aktiv.

15

20

Ziel des Unternehmens ist ein gesundes, profitables Wachstum in der Kernregion Nordbayern. Dazu setzt sie auf die Strategie regionaler Marken, die den Bierkennern ein Sortiment unverwechselbarer Bierspezialitäten bieten.

25

Angesichts des sich immer schneller wandelnden

Verbraucherverhaltens ist die enorme Marken- und Sortenvielfalt der Kulmbacher Brauerei AG mit rund 28 eigenständigen Bieren ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

30

### **Sortiment und Distribution**

Unter dem Dach der Kulmbacher Brauerei AG werden vier Marken mit eigenständigen Rezepturen gebraut, mit einem jeweils klar abgegrenzten Sortiment für unterschiedliche Zielgruppen. Das Resultat sind starke Marken, die in ihrem jeweiligen Segment an der Spitze stehen.

**Kulmbacher Edelherb** ist die überregionale Premiummarke aus der heimlichen Hauptstadt des Bieres. Sie belegt eine führende Position in Nordbayern.

**Mönchshof**, die kleine, feine Spezialitätenmarke, hat sich zum unangefochtenen Spitzenreiter bei Bügelflaschen in Bayern entwickelt und hält in diesem Segment die zweite Position auf dem deutschen Biermarkt.

**Kapuziner** behauptet sich unter den drei führenden Weißbiermarken in Nordbayern und erschließt weitere Anteile in den immer wichtiger werdenden Weißbiermärkten in Thüringen und Sachsen.

**EKU** – „Unser Bier“ hat die traditionellen Bierkenner auf seinem Heimatmarkt Nordbayern im Fokus.

## **Sponsoring und Events**

Mit ihren vier Marken ist die Kulmbacher Brauerei auf  
55 vielen Gebieten des Sponsorings aktiv. Einen  
Schwerpunkt bildet dabei der Sport. Die Kulmbacher  
Brauerei unterstützt über 300 Vereine in der Region – von  
der Kreisliga bis zur Bundesliga (u.a. Brose Baskets),  
durch kontinuierliches Sponsoring ebenso wie durch  
60 vielfältige Sympathieaktionen, die sich an Aktive wie Fans  
gleichermaßen wenden. Mit Beginn der Saison 2006/2007  
ist die Kulmbacher Brauerei Exklusivpartner des  
fränkischen Traditionsclubs 1. FC Nürnberg. Wichtigste  
Eigenveranstaltungen sind der Mönchshof Triathlon sowie  
65 das große Sportfest der Kulmbacher Brauerei. Auch in  
anderen Bereichen fördert die Kulmbacher Brauerei aktiv  
das Vereinsleben in der Heimaregion Oberfranken und  
drückt damit ihre Anerkennung für die wichtige  
gesellschaftliche Funktion der Vereine aus.

70 Die wichtigste, weit über die Grenzen Kulmbachs hinaus  
bekannte Veranstaltung der Kulmbacher Brauerei ist die  
Kulmbacher Bierwoche. Sie gilt als eines der größten  
reinen Bierfeste in Deutschland und zieht alljährlich über  
100.000 Bierkenner aus ganz Deutschland in die heimliche  
75 Hauptstadt des Bieres zieht. Eine Besonderheit sind die  
eigens zur Bierwoche eingebrauten drei Festbiere, die  
traditionell in den Ecken des „Bierstadls“ ausgeschenkt  
werden. Hautnah kann man hier das erleben, was die  
Kulmbacher Brauerei von vielen ihrer Wettbewerber

80 unterscheidet: die Pflege einer einzigartigen Bierkultur und –vielfalt.

### **Investitionen in Produktion und Technik**

Um die hohe Qualität der über 28 Biersorten zu  
85 gewährleisten, investiert die Kulmbacher Brauerei kontinuierlich in ihre Braustätten. Schwerpunkte bildeten zuletzt die Modernisierung des Sudhauses und des Gär- und Lagerkellers am Standort Kulmbach.

90 Seit 2004 schlägt in der Kulmbacher Brauerei ein „gläsernes Herz“: eine Glasfassade erlaubt Besuchern und Passanten den Einblick in den komplexen Brauprozess. Zu sehen sind die beiden hochmodernen Maischbottiche, ein neuer Läuterbottich sowie die Würzpfanne mit  
95 Whirlpool. Damit trägt die Brauerei dem gestiegenen Bedürfnis der Verbraucher Rechnung, über die Herkunft ihrer heimischen Lebensmittel mehr zu wissen.

Die moderne Technik sieht nicht nur gut aus, sie kann  
100 auch einiges: Das erneuerte Sudhaus ist dank der dynamischen Niederdruckkochung deutlich leistungsfähiger und gewährleistet eine optimale Beschaffenheit der Würze. Zudem ist dieses Kochverfahren sparsam im Energieverbrauch – ein  
105 deutliches Plus für den Umweltschutz, dem sich die Kulmbacher Brauerei AG im besonderen Maße

P R E S S E

verpflichtet fühlt. Alljährlich vergibt das Unternehmen einen Umweltpreis an Privatpersonen, Initiativen, Institutionen, Schulen, Gastronomen, Landwirte, Betriebe und Firmen. Das Motto 2006 lautet „Werte erhalten - Umwelt gestalten. Nachhaltige Siedlungswirtschaft in Stadt und Land!“

115 Medienkontakt:

Dr. Helga Metzel

Leitung Unternehmenskommunikation

Tel.: 09221/705-375

Fax: 09221/705-368

120 e-mail: [Helga.Metzel@Kulmbacher.de](mailto:Helga.Metzel@Kulmbacher.de)

Martin Groll

Referent Unternehmenskommunikation

Tel.: 09221/705-147

125 Fax: 09221/705-442

e-Mail: [Martin.Groll@Kulmbacher.de](mailto:Martin.Groll@Kulmbacher.de)

[www.kulmbacher.de](http://www.kulmbacher.de)

130